

الجمهورية اللبنانية

مجلس النواب

الحياة النيابية

لبنان



دراسة ميدانية على مجلس النواب اللبناني ٢٠٠٥ - ٢٠٠٩

أكرم حمدان

الإعلام البرلماني بشأن ما يُنشر من محاضر الجلسات والسوابق والإجتهادات الدستورية. وأقر ٥٨ بالمئة من العينة المستطلعة بأن الكتابات الخاصة بالبرلمان تؤثر أحياناً في إتخاذ القرار لدى النائب.

ويصف ٤٢,٥ بالمئة من النواب الإعلام البرلماني بأنه متخصص، بينما يرى ٣٥ بالمئة منهم أنه سياسي، و ٢٠ بالمئة يعتبرونه سياسي ومتخصص، ما يعني بأن الإعلام البرلماني هو إعلام متخصص وفقاً لمفهوم وتوصيف النسبة الأكبر من النواب.

وتشير النتائج إلى أن الإعلام البرلماني هو إعلام يؤثر في الحدث السياسي كونه إعلام يمزج بين التخصصية والسياسة وهو ما يفتح النقاش على إمكانية أن يصبح هذا النوع من الإعلام كغيره من الإعلام المتخصص كالإعلام الدبلوماسي أو الإقتصادي أو الرياضي أو غيره، مع أهمية ربطه بالإعلام السياسي نظراً للدور المركزي الذي يلعبه مجلس النواب في الحياة السياسية خصوصاً في لبنان.

بينت وقائع بحث علمي أجري حول تأثير الإعلام البرلماني في الحدث السياسي، أن لوسائل الإعلام والاتصال دوراً وتأثيراً فعالاً في الأحداث السياسية وصناعتها، وقد برز ذلك بشكل جلي من خلال نتائج الاستبيان النيابي الذي إعتد كدراسة ميدانية للبحث على مجلس النواب اللبناني، حيث أكد ما يفوق الـ ٩٠ بالمئة من النواب الـ ١٢٨ أن وسائل الإعلام والاتصال تؤثر في صناعة الحدث وتنقله.

وأشار ٤٥ بالمئة من عينة الاستبيان إلى أن لوسائل الإعلام والاتصال «أحياناً» دور في تحديد الموقف من الحدث السياسي، بينما إعتبر ٢٨ بالمئة أن لها دور «نعم» في تحديد الموقف.

وبما أن الدراسة ركزت على الإعلام البرلماني ونموذج المجلس النيابي اللبناني فإن النتائج أكدت أن ٧٥ بالمئة من العينة المستطلعة تُقر بإعتماد النائب على الإعلام البرلماني في متابعة أخبار مجلس النواب.

كما أن ٨٣ بالمئة من النواب يعتمدون على

٦٢,٥ بالمئة للذين تتراوح أعمارهم بين ٥٥ و ٧٥ سنة، وبين ٣٧,٥ بالمئة للذين تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٥٥ سنة، ما يعني أن النسبة الأعلى هي من الفئات العمرية المتقدمة والتي ربما تكون إنتاجيتها أقل.

٢ - الحالة الإجتماعية: بينت نتائج الاستبيان أن ٨٥ بالمئة من أعضاء مجلس النواب متزوجون وهو ما ينسجم مع الحالة العمرية، لكن الملفت أن نسبة غير المتزوجين وصلت إلى ١٥ بالمئة بين اعزب وأرمل ومطلق، وهو ما لا ينسجم مع الحالة العمرية التي سجلت نسبة لا تتجاوز ٢,٥ بالمئة للذين تتراوح أعمارهم بين ٢٥ و ٣٥ سنة.

٣ - المستوى التعليمي: على عكس ما هو شائع، أظهرت نتائج الاستبيان أن المستوى التعليمي لأعضاء مجلس النواب اللبناني، هو مستوى عالٍ، إذ أن ٦٥ بالمئة من العينة يحملون شهادات ما فوق الجامعية، بينما ٣٥ بالمئة يحملون شهادات جامعية.

٤ - مكان الإقامة: بينت نتائج دراسة مكان الإقامة للعينة أن النسبة الأكبر من النواب تقيم في المدينة بمعدل ٦٧,٥ بالمئة. ونسبة ١٢,٥ بالمئة تقيم في القرية، فيما سجلت نسبة ٢٠ بالمئة تقيم بشكل مشترك بين المدينة والقرية، ما يؤشر أن النواب الذين يتواصلون مع ناخبهم في المناطق بشكل يومي هم النسبة الأقل.

* كيفية تعاطي المبحوث مع وسائل الإعلام والاتصال وتأثيرها في الحدث السياسي.

٥ - وسائل الإعلام والاتصال المتابعة وفقاً للأولوية: بين الخيار الأول للعينة في أولوية المتابعة لوسائل الإعلام أن ٥٢ بالمئة يتابعون الصحافة كأولوية، و ٢٥ بالمئة يتابعون الأنترنت و ٢٠ بالمئة يتابعون التلفزيون و ٣ بالمئة يتابعون الإذاعة.

وهدف البحث إلى محاولة الإجابة على سؤال: كيف يؤثر الإعلام البرلماني بالحدث السياسي؟ إضافة إلى محاولة إثبات تخصصية الإعلام البرلماني ودور هذا الإعلام وتأثيره في صناعة الحدث السياسي في لبنان والسعي إلى تقديم مقترحات تساهم في وضع إستراتيجية إعلامية للبرلمان اللبناني، وإدخال مواد تدريسية جديدة في مناهج التعليم العالي في المعاهد والجامعات وخصوصاً كليات الإعلام تتعلق بالإعلام المتخصص وتحديد البرلماني ودوره وأثره على صناعة الحدث السياسي، وتقديم اقتراحات للمؤسسات الإعلامية لتخصيص صفحات وبرامج للإعلام البرلماني وإقتراح إجراء دورات متخصصة بين دوائر المجلس النيابي ولا سيما مصلحة الإعلام والمؤسسات الإعلامية حول الإعلام البرلماني وتخصيصه ومدى تأثيره على القرار التشريعي وبالتالي السياسي.

واعتمدت الدراسة الميدانية على المنهج التحليلي للاستبيان الذي أجري مع النواب في البرلمان اللبناني حول «تأثير الإعلام البرلماني في الحدث السياسي»، والذي تضمن ٢٢ سؤالاً، واستهدف هذا الاستبيان عينة من ٤٠ نائباً من أصل ١٢٨ هو عدد أعضاء المجلس النيابي اللبناني، علماً أنه جرى توزيع نحو ٧٠ إستمارة ولكن الذين تجاوبوا إقتصر عددهم على ٤٠ مع مراعاة التنوع السياسي والمناطق والطائفي لهؤلاء، ومع الإشارة إلى أن البعض منهم قام بتعبئة الإستمارة عبر المقابلة الشخصية المباشرة والبعض الآخر أخذ وقته في الإجابة عليها.

نتائج بيانات الدراسة الميدانية:

١ - العمر: لقد أظهرت نتائج الاستبيان وفقاً لأجوبة النواب أن هناك تفاوتاً في الفئات العمرية لأعضاء مجلس النواب اللبناني بين

المفضلة للمتابعة من قبل العينة أن ٨٢,٥ بالمئة يتابعون البرامج السياسية، و٢,٥ بالمئة يتابعون برامج متخصصة ونفس النسبة تتابع برامج إجتماعية، بينما فضل ١٢,٥ بالمئة لا جواب.

وبينت نتائج الخيار الثالث أن نسبة ٣٧,٥ بالمئة يفضلون متابعة البرامج المتخصصة. و١٥ بالمئة برامج رياضية ٧,٥ أفلام وبرامج إجتماعية و٥ بالمئة برامج ترفيهية. ٢,٥ بالمئة برامج صحية. بينما بقيت نسبة ٣٢,٥ بالمئة بلا جواب.

وكشفت نتائج الخيار الرابع لأفضلية البرامج المتابعة من قبل العينة أن ١٧,٥ بالمئة يتابعون الأفلام والبرامج الإجتماعية و١٠ بالمئة يتابعون برامج متخصصة، و٥ بالمئة يتابعون برامج رياضية، و٢,٥ بالمئة يتابعون برنامج الكرتون (توم وجيري)، و٦٥ بالمئة لا جواب.

وفي النهاية، فإن الأفضلية للبرامج المتابعة من قبل العينة سجلت ٩٥ بالمئة لنشرات الأخبار و٨٢,٥ بالمئة للبرامج السياسية، و٣٧,٥ بالمئة للبرامج المتخصصة، ١٧,٥ بالمئة للأفلام والبرامج الإجتماعية و١٥ بالمئة للبرامج الرياضية.

٨ - دور وسائل الإعلام والاتصال في تحديد الموقف من الحدث السياسي: يرى ٤٥ بالمئة من عينة الإستبيان أن لوسائل الإعلام والاتصال «أحياناً» دور في تحديد الموقف من الحدث السياسي، بينما يعتبر ٢٧,٥ بالمئة أن لها دور «نعم» في تحديد الموقف، ونفس النسبة أي ٢٧,٥ بالمئة لا ترى أن لهذه الوسائل دور في تحديد الموقف من الحدث السياسي «لا».

٩ - تأثير وسائل الإعلام والاتصال في الحدث: يعتبر ٥٢,٥ بالمئة من النواب أن وسائل الإعلام والاتصال تؤثر في صناعة الحدث، بينما يرى ٤٠ بالمئة أن هذه الوسائل

وكشف الخيار الثاني للعينة أن ٥٥ بالمئة يعطون الأولوية لمتابعة التلفزيون و٢٥ بالمئة للصحافة و١٠ بالمئة للأنترنت و٥ بالمئة للإذاعة، بينما بقي ٥ بالمئة من العينة بلا جواب.

وبين الخيار الثالث للعينة أن أولوية المتابعة هي بنسبة ٤٢ بالمئة للأنترنت و٢٣ بالمئة للإذاعة و١٥ بالمئة للتلفزيون و١٠ بالمئة للصحافة و١٠ بالمئة بلا جواب.

وكشف الخيار الرابع للعينة أن أولوية المتابعة هي للإذاعة بنسبة ٦٠ بالمئة، تليها الصحافة والأنترنت بنسبة ٧ بالمئة لكل منها، ثم التلفزيون والكتب والمجلات بنسبة ٣ بالمئة لكل منها، وفضل ٢٠ بالمئة خيار اللاجواب.

وفي المحصلة، فإن نتائج العينة حول أولوية المتابعة لوسائل الإعلام والاتصال تبين أن نسبة ٦٠ بالمئة يتابعون الإذاعة كأولوية و٥٥ بالمئة يتابعون التلفزيون و٥٢ بالمئة يتابعون الصحافة و٤٢ بالمئة يتابعون الأنترنت.

٦ - معدل ساعات الاستخدام لوسائل الإعلام والاتصال: بينت نتائج دراسة العينة لمعدل ساعات استخدام وسائل الإعلام والاتصال اليومية أن النسبة الأكبر هي ما بين ساعتين وثلاث ساعات وهي بمعدل ٤٥ بالمئة، بينما نسبة المتابعة أكثر من ساعة هي ٢٥ بالمئة، أما الذين إختاروا معدل ساعة فبلغت نسبتهم ١٥ بالمئة، فيما إختار ١٣ بالمئة معدل من أربع إلى خمس ساعات، ونسبة ٢ بالمئة إختارت أقل من ساعة.

٧ - المواضيع المفضلة للمتابعة عبر وسائل الإعلام والاتصال وفقاً للأولوية: كشفت نتائج الخيار الأول للمواضيع المفضلة للمتابعة عبر وسائل الإعلام والاتصال أن ٩٥ بالمئة يفضلون نشرات الأخبار و٥ بالمئة البرامج السياسية.

وبينت نتائج الخيار الثاني للمواضيع

النواب، و ٧,٥ بالمئة يعتبرونه يتأثر بالعلاقة الشخصية فقط، و ١٧,٥ بالمئة يرون فيه كل الخيارات الآتية الذكر، أما الموضوعية فكانت نسبتها ٥ بالمئة فقط من العينة.

وهكذا يبدو واضحاً أن الغالبية من العينة المستطلعة تشير إلى أهمية العلاقة الشخصية مع الإعلامي البرلماني ودور هذه العلاقة في متابعة أخبار النواب والمجلس أكثر من أي خيار آخر.

١٤ - تأثير الإعلام البرلماني في توجيه خيارات ومناقشات النواب: تقاربت إجابات العينة حول تأثير الإعلام البرلماني في توجيه خيارات ومناقشات النواب، ففي حين رأى ٤٧,٥ بالمئة أن لا تأثير لهذا الإعلام في هذا المجال، إعتبر ٤٠ بالمئة أنه يؤثر «أحياناً»، وأجاب ١٢,٥ بالمئة بـ «نعم» إنه يؤثر. وهكذا يتبين أن النسبة الأكبر من العينة تقرر بتأثير الإعلام البرلماني في توجيه خيارات ومناقشات النواب.

١٥ - تغيير الموقف بناءً على كتابات الإعلام البرلماني: يرى ٨٥ بالمئة من العينة أن كتابات الإعلام البرلماني لا تُغير في المواقف لدى النواب، فيما يعتبر ١٢,٥ بالمئة أنها قد تُغير «أحياناً»، ويجزم ٢,٥ بالمئة أنها تُغير في المواقف.

١٦ - دور الاعلام البرلماني في عكس مناقشات مجلس النواب: يرى ٣٧,٥ بالمئة من النواب المشاركين في الاستبيان أن للإعلام البرلماني دور في عكس مناقشات مجلس النواب، ويشاركونهم الرأي «أحياناً» ٤٧,٥ بالمئة بينما لا يرى هذا الدور نسبة ١٥ بالمئة من العينة.

١٧ - تأثير الكتابات الخاصة بالبرلمان في إتخاذ القرار لدى النائب: يقر ٥٨ بالمئة من العينة المستطلعة بأن الكتابات الخاصة بالبرلمان تؤثر أحياناً في إتخاذ القرار لدى النائب، فيما يعتبر ٣٥ بالمئة بأنها لا تؤثر و ٨ بالمئة قالوا بأنها غالباً تؤثر، ما يعني أن ٦٦

تؤثر في صناعة الحدث وتنقله، وفقط ٧,٥ بالمئة من النواب يعتبرون أن وسائل الإعلام والاتصال تنقل الحدث.

وهذه النتيجة تشير بشكل واضح إلى أن ما يفوق الـ ٩٠ بالمئة من النواب يرون أن وسائل الإعلام والاتصال تؤثر في صناعة الحدث وتنقله.

١٠ - دور وسائل الإعلام والاتصال في أداء النائب: يعتبر ٢٢,٥ بالمئة من العينة أن وسائل الإعلام والاتصال تؤثر في علاقات النائب، و ١٢,٥ بالمئة في مواقف النائب، و ٥٠ بالمئة تؤثر في العادات والعلاقات والمواقف والثقافة وآلية التعاطي مع الأحداث، بينما فضل ١٥ بالمئة خيار اللجوء.

١١ - هل يقوم الإعلام البرلماني بواجبه؟ يرى ٥٠ بالمئة من النواب أن الإعلام البرلماني يقوم «أحياناً» بواجبه، بينما يعتبر ١٧,٥ بالمئة أن هذا الإعلام يقوم بواجبه «نعم»، في حين رأى ٣٢,٥ بالمئة من النواب أنه لا يقوم بواجبه «لا».

١٢ - مفهوم الإعلام البرلماني: يصف ٤٢,٥ بالمئة من النواب الإعلام البرلماني بأنه متخصص، بينما يرى ٣٥ بالمئة منهم أنه سياسي، و ٢٠ بالمئة يعتبرونه سياسي ومتخصص، و ٢,٥ بالمئة يعتبرونه نوعاً آخر من الإعلام.

وهذه النتيجة توضح بأن الإعلام البرلماني هو إعلام متخصص وفقاً لمفهوم وتوصيف النسبة الأكبر من النواب.

١٣ - تقييم أداء الإعلاميين البرلمانيين: يقول ٣٥ بالمئة من النواب وفقاً للعينة أن الإعلامي البرلماني يلتزم سياسة المؤسسة التي يعمل بها ويتأثر بالعلاقة الشخصية في متابعة أخبار المجلس، ويرى ٢٥ بالمئة من العينة أنه يلتزم فقط سياسة المؤسسة التي يعمل بها، بينما يرى ١٠ بالمئة أن الإعلامي البرلماني يتأثر بالعلاقة الشخصية ويُراعي توجه مجلس

الإعلام البرلماني بشأن ما يُنشر من محاضر الجلسات والسوابق والإجتهادات الدستورية، توزعت بين ٧٣ بالمئة إعتماذ جزئي و١٠ بالمئة إعتماذ كلي، فيما ١٧ بالمئة لا يعتمد على هذا الإعلام وما ينشره من محاضر للجلسات السابقة والإجتهادات الدستورية.

٢٢ - رضى النواب عن الآلية المعتمدة في البرلمان لمواكبة نشاطه: يُقر ٧٥ بالمئة من العينة المستطلعة بالرضى على الآلية المعتمدة في البرلمان لمواكبة نشاطه، موزعة بين ٥٣ بالمئة إلى حد ما و٢٢ بالمئة دون تردد، فيما بينت الدراسة أن ٢٥ بالمئة من النواب غير راض عن هذه الآلية لإعتبارات مختلفة.

وإذا كانت الدراسة قد ركزت على النموذج اللبناني، فإن ذلك لا يلغي إمكانية إجراء دراسات مماثلة للمقارنة على المستوى العربي نظراً للتشابه الكبير في دور البرلمانات العربية على الصعيد التشريعي وإن اختلفت في بعض الدول على مستوى الدور السياسي للبرلمان.

وتعتبر هذه الدراسة الأولى من نوعها على مستوى دور وتأثير الإعلام البرلماني في الحدث السياسي على صعيد لبنان والوطن العربي، وهي تفتح الباب أمام النقاش والبحث العلمي حول دور وتخصيصية الإعلام البرلماني وضرورة أن يصبح إعلاماً متخصصاً له ماهيته ودوره في علوم الإعلام والاتصال، سيما وأن البرلمانات العربية ومنها البرلمان اللبناني تعمل على إدخال برامج جديدة لتفعيل وتطوير آليات عملها تماشياً مع تطور تقنيات عمليات التواصل والتشريع وقد بدأ البرلمان اللبناني في الآونة الأخيرة ببرنامج مع الأمم المتحدة لتحديث عمله عبر خدمة جديدة تسمى E-parliament وتهدف إلى خلق نمط تواصل إلكتروني خاص بالنواب لمعرفة مسار الإقتراحات والمشاريع التي تناقش أمام لجان البرلمان وهيئته العامة.

بالمئة من العينة يُقرّون بتأثير الكتابات الخاصة بالبرلمان في إتخاذ القرار لدى النائب بطرق مختلفة.

١٨ - دور الإعلام البرلماني في النقاشات حول تفسير نصوص الدستور: بينت النتائج المتعلقة بدور الإعلام البرلماني في النقاشات التي تجري حول تفسير الدستور أن لهذا الإعلام دور بارز ومهم توزع وفق العينة بين ٦٣ بالمئة يعتبرون أنه يُساهم في إغناء النقاش و٢٠ بالمئة يقولون بمساواته مع باقي الإعلام، فيما رأى ٨ بالمئة أنه يُساهم في إغناء النقاش وتغيير المواقف ويتساوى مع باقي الإعلام، بينما فقط ١٠ بالمئة من العينة المستطلعة لم يرى أي دور لهذا الإعلام.

١٩ - دور الإعلام البرلماني في شرح آلية عمل وإجتماعات مجلس النواب: يرى ٤٢ بالمئة من النواب المستطلعين أن من صلب مهام الإعلام البرلماني ومن إختصاصه شرح آلية عمل مجلس النواب، فيما إعتبر ٢٧ بالمئة أنه كغيره من الإعلام في هذا المجال، ورأى ٣٠ بالمئة أنه لا يُساهم في هذه المهمة، وبالتالي أقرت الغالبية المستطلعة بدور الإعلام البرلماني في شرح طبيعة عمل المجلس النيابي.

٢٠ - إعتماذ النائب على الإعلام البرلماني في متابعة أخبار مجلس النواب: يؤكد ٧٥ بالمئة من العينة المستطلعة إعتماذ النائب على الإعلام البرلماني في متابعة أخبار مجلس النواب، وإن توزعت هذه النسبة بين ٢٣ بالمئة تقول بالمتابعة دون تردد و٥٢ بالمئة تقول بالمتابعة المتقطعة وليس الدائمة، وفقط ٢٥ بالمئة قالوا بأنهم لا يعتمدون على الإعلام البرلماني في متابعة أخبار مجلس النواب.

٢١ - إعتماذ النائب على ما ينشره الإعلام البرلماني عن محاضر الجلسات والسوابق والإجتهادات الدستورية: أكدت النتائج أن ٨٣ بالمئة من النواب يعتمدون على